



EKSTRA BLADETS NETEFFEKT



Der bliver ofte talt om et øget krav til effekt-dokumentation af markedsføringsaktiviteter - det gælder også dokumentation af online-kampagners performance

Spørgsmålet er:

”Hvordan realiseres det fulde potentiale af en online kampagne?”

NetEffekt giver et fuldstændigt billede af din online-kampagnes performance – viden, der kan hjælpe dig til at opnå de allerbedste resultater

CASE: BLOCKBUSTER

- Annoncør: Blockbuster
- Periode: 26. april 2010
- Megamonster banner 930x600
- Eksponeringer: 1.985.573
- CTR: 0,07%

Klikraten fortæller ikke alt!

Midnatsåbent
mandag den 26. april

Køb Avatar hos Blockbuster den 26/4 fra kl. 23.59 og deltag i konkurrencen om en VIP-rejse for 2 personer til L.A., hvor du ser Avatar i Fox Studios sammen med produceren Jon Landau. En oplevelse, der ikke kan købes for penge!

Steelbook-Combo (Blu-ray/DVD)
DVD **149⁹⁵ 199⁹⁵**
inkl. plakater og lodder til konkurrencen

STEELBOOK KAN KUN FÅS HOS BLOCKBUSTER BEGRÆNSET ANTAL

Premiere 27/4

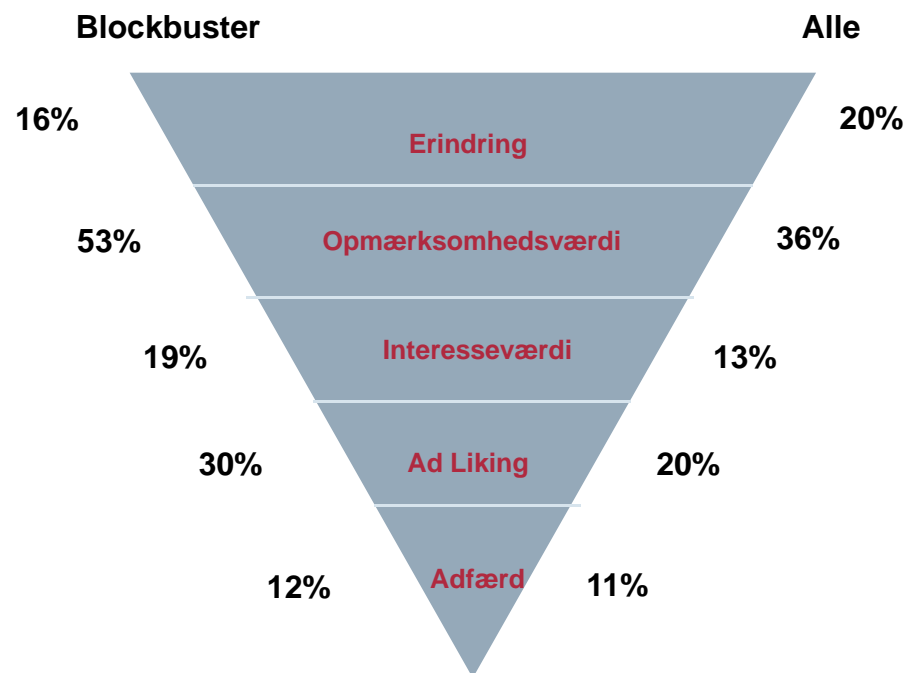
Afhentning af filmen ved midnatsåbent giver 5-dobbelt vinderchance

BLOCKBUSTER

Begrænset antal steelbooks og plakater. Der tages forbehold for trykfejl, prisændringer og udsolgte varer. Konkurrencen er ikke købsbetinget. Læs mere på www.avatar konkurrence.dk.

KAMPAGNEOVERBLIK

- 10% af alle respondenter lejer film min. en gang om måneden



Stikprøvestørrelse: 717 respondenter

UDTALELSE FRA BLOCKBUSTER

NetEffekt gav Blockbuster STOR viden omkring kampagnen. Adam Brostrøm fra Blockbuster udtaler:

”Vi har med succes brugt Megamonster banneret på forsiden af ekstrabladet.dk ved lanceringen af Avatar på Blu-ray. Det er et spændende nyt bannerformat, hvor vi havde plads til at vise hele vores budskab om midnatsåbent i alle butikker samme aften. Hele budskabet var vist i banneret, og vores fokus var derfor ikke så meget på, hvor mange der klikkede på banneret, men i stedet på hvor mange der så og forstod budskabet. I den forbindelse har NetEffekt analysen været med til at vise 'erindringen' af banneret, og også at bl.a. 'opmærksomhed' og 'ad liking' var langt over gennemsnittet. Det var en vellykket kampagne, der lagde grunden til mange kundebesøg i vores butikker og resulterede i en af vores største salgssucceser nogensinde”